



**PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS PELAYANAN  
DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN PT. PURA BARUTAMA KUDUS**

Diajukan oleh :

**BAYU NUR BAWONO**

**NIM.2014-11-074**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2018**

**PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS PELAYANAN  
DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN PT. PURA BARUTAMA KUDUS**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi  
Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

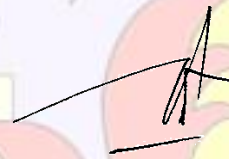
Tanggal ,..... 2018

Mengetahui  
**Ketua ProgDi**



**Agung Subono, SE, M.Si.**  
NIDN. 0520017602

**Pembimbing I**



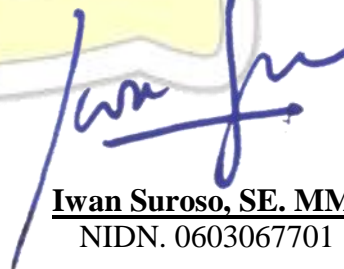
**Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH. S.Pd. MM.**  
NIDN. 0026065516

Mengetahui  
**Dekan,**



**Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM.**  
NIDN. 0618066201

**Pembimbing II**



**Iwan Suroso, SE. MM.**  
NIDN. 0603067701

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“Mereka itulah orang yang dibalasi dengan martabat yang tinggi (dalam surga) karena kesabaran mereka dan mereka disambut dengan penghormatan dan ucapan selamat di dalamnya”.*

*(QS. Al-Baqoroh :45-46)*

*Sebaik-baik pekerjaan ialah usahanya seseorang pekerja apabila ia berbuat sebaik-baiknya (profesional).”*

*(HR. Ahmad)*

### **Kupersembahkan kepada :**

1. Kedua orang tuaku tersayang.
2. Keluargaku yang telah memberikan do'a dan dukungan.
3. Sahabat karibku semuanya.
4. Almamater kebanggaanku

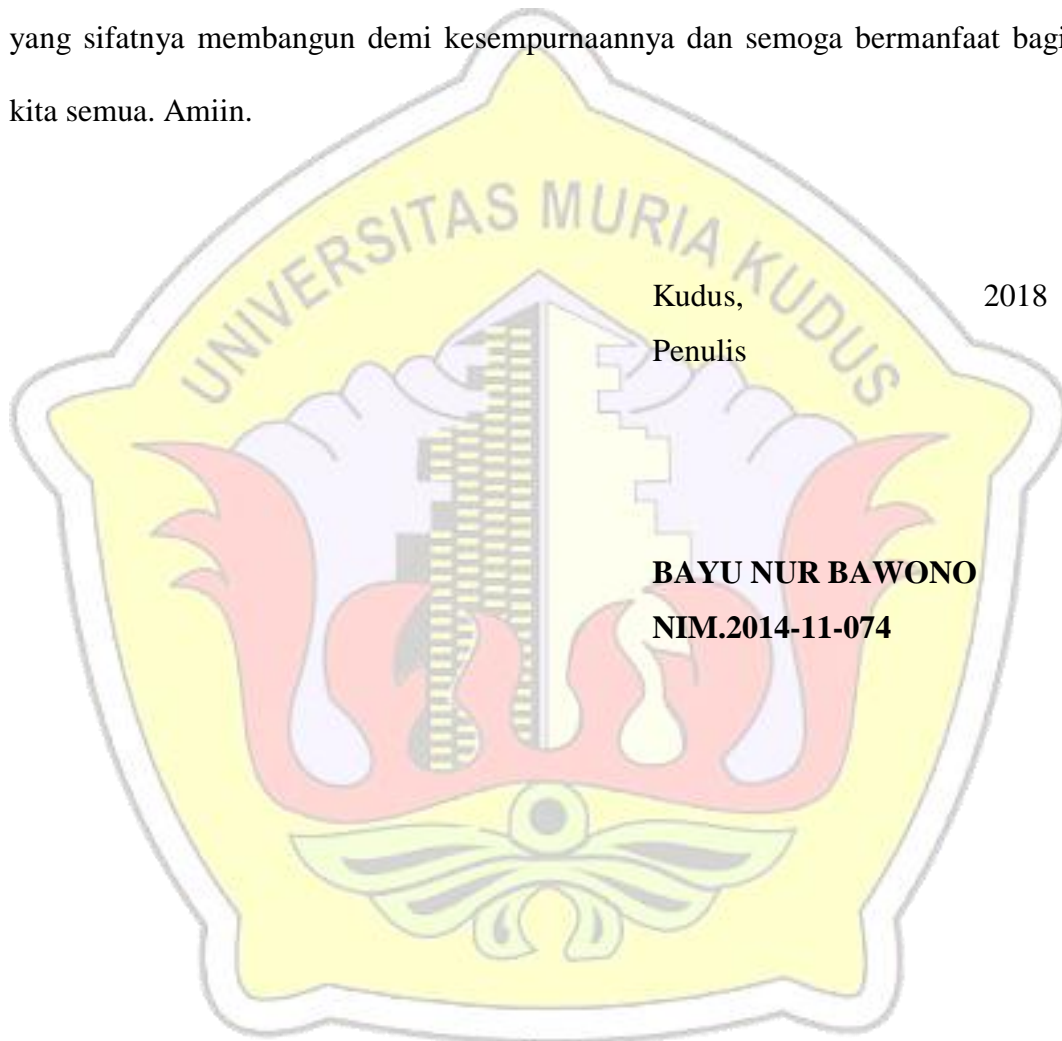
## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan atas nikmat Allah SWT, yang telah memberikan anugerah dan karunia-Nya. Sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Pura Barutama Kudus. Adapun maksud penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Dengan selesainya skripsi ini, maka saya tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
2. Bapak Agung Subono, SE, M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.
3. Bapak Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH. S.Pd. MM., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini
4. Bapak Iwan Suroso, SE. MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Segenap dosen pengajar dan karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas bimbingan, bantuan pelayanan dan kerjasamanya.
6. Teman-teman, yang telah memberikan dukungan dan bantuannya.

7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat limpahan balasan dari Allah SWT. Akhir kata penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Karena itu, penulis memohon saran dan kritik yang sifatnya membangun demi kesempurnaannya dan semoga bermanfaat bagi kita semua. Amiin.





## **ABSTRAKSI**

### **PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT. PURA BARUTAMA KUDUS**

**BAYU NUR BAWONO**  
**NIM.2014-11-074**

Dosen Pembimbing : 1. Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH. S.Pd. MM.  
2. Iwan Suroso, SE. MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh inovasi produk, kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan PT Pura Barutama Kudus. Dimana diajukan tiga variabel bebas dan satu variabel terikat, yaitu inovasi produk, kualitas pelayanan dan citra perusahaan sebagai variabel bebas dan loyalitas pelanggan sebagai variabel terikat.

Penelitian ini dilakukan dengan metode survei terhadap konsumen PT. Pura Barutama Kudus dan dianalisis dengan regresi. Tahap pertama menguji validitas dan reliabilitas pertanyaan setiap variabel. Tahap kedua, meregresi inovasi produk, kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan PT Pura Barutama Kudus.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel inovasi produk, kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan PT Pura Barutama Kudus. Perusahaan harus memberikan pelayanan kepada pelanggannya secara akurat serta terpercaya sehingga meningkatkan kualitas pelayanan dari PT Pura Barutama Kudus terhadap pelanggan.

**Kata kunci: inovasi produk, kualitas pelayanan, citra perusahaan dan keputusan pembelian**

## **ABSTRACT**

### ***INFLUENCE OF PRODUCT INNOVATION, QUALITY OF SERVICE AND CORPORATE IMAGE COMPANY ON CUSTOMER LOYALTY PT. PURA BARUTAMA KUDUS***

**BAYU NUR BAWONO**  
**NIM.2014-11-074**

*Guidance Lecturer* : 1. Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH. S.Pd. MM.  
2. Iwan Suroso, SE. MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**  
**FACULTY OF ECONOMIC AND AND BUSINESS STUDY PROGRAM**  
**OF MANAGEMENT**

*This study aims to analyze the effect of product innovation, service quality and corporate image to customer loyalty PT Pura Barutama Kudus. Where is proposed three independent variables and one dependent variable, that is product innovation, service quality and corporate image as independent variable and customer loyalty as dependent variable.*

*This research is conducted by survey method to consumer of PT. Pura Barutama Kudus and analyzed by regression. The first stage examines the validity and reliability of each variable question. The second stage, regressing product innovation, service quality and corporate image to customer loyalty PT Pura Barutama Kudus.*

*The results showed that product innovation variables, service quality and corporate image have a significant positive effect on customer loyalty PT Pura Barutama Kudus. The company must provide accurate and reliable service to its customers so as to improve the quality of service from PT Pura Barutama Kudus to customers*

***Keywords: product innovation, service quality, corporate image and purchasing decisions***

# DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAKSI.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Ruang Lingkup .....	6
1.3. Perumusan Masalah.....	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	9
2.1. Pemasaran.....	9
2.2. Inovasi Produk.....	10
2.3. Kualitas Pelayanan .....	16
2.4. Citra Perusahaan.....	20
2.5. Loyalitas Pelanggan .....	24
2.6. Hubungan Antar Variabel .....	28



2.7. Penelitian Terdahulu.....	31
2.8. Kerangka Pemikiran Teoritis .....	33
2.9. Hipotesis .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>36</b>
3.1. Rancangan Penelitian .....	36
3.2. Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel .....	36
3.3. Jenis dan Sumber Data .....	38
3.4. Populasi dan Sampel.....	39
3.5. Pengumpulan Data.....	40
3.6. Pengolahan Data.....	41
3.7. Uji Instrumen.....	42
3.8. Metode Analisis Data .....	44
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>50</b>
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	50
4.2. Penyajian Data .....	53
4.3. Analisis Data .....	57
4.4. Pembahasan.....	71
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>74</b>
5.1. Kesimpulan.....	74
5.2. Saran-saran .....	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	53
Tabel 4.2. Frekuensi Variabel Inovasi Produk.....	54
Tabel 4.3. Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan .....	55
Tabel 4.4. Frekuensi Variabel Citra Perusahaan.....	55
Tabel 4.5. Frekuensi Variabel Loyalitas Pelanggan .....	56
Tabel 4.6. Hasil Pengujian Validitas.....	57
Tabel 4.7. Hasil Pengujian Reliabilitas.....	58
Tabel 4.8. Hasil Uji <i>One Sample Kolmogorof-Smirno Test</i> .....	59
Tabel 4.9. Hasil Uji Multikolinieritas .....	60
Tabel 4.10. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	61
Tabel 4.11. Hasil Analisis Regresi.....	62
Tabel 4.12. Hasil Analisis Parsial (signifikansi $\alpha = 5\%$ ) .....	64
Tabel 4.13. Hasil Pengujian Berganda (dengan Signifikansi $\alpha=5\%$ ).....	68
Tabel 4.14. Nilai <i>Adjusted R Square</i> .....	70

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis .....	34

